

## PENGARUH PENGETAHUAN PAJAK, PERSEPSI TENTANG KONSULTAN PAJAK DAN ACCOUNT REPRESENTATIVE TERHADAP MINAT MENGUNAKAN JASA KONSULTAN PAJAK

**M. Hadi Kusuma**

Mahasiswa Universitas Sriwijaya  
kusumahadim@yahoo.co.id

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyse the factor that affect the corporate taxpayers use tax consultant services. The independent variables in this research are knowledge of taxation, perception about tax consultant, and perception about account representative, and the dependent variable is interest in using the services of a tax consultant. This research is quantitative research. The population in this research is the corporate taxpayers who is registered in the KPP Kota Palembang on 2016 by taking sample of 100 respondents. The sampling technique is using Convenience Sampling. Respondents's answer in the questionnaire were analyze using multiple linear regression analysis using SPSS Program Version 17. From the result of multiple linear regression analysis, the conclusion was the perception of tax consultant. From the result of multiple linear regression analysis, the conclusion was the knowledge of taxation, perception about tax consultant, and perception about account representative has a positive and significant effect on corporate taxpayer's interest of using tax consultant service in the KPP Kota Palembang.*

**Keywords:** Tax knowledge, perception, tax consultant, account representative, interest, tax consultant service, corporate taxpayers

### **PENDAHULUAN**

#### **Latar Belakang**

Pemberlakuan *Self Assessment* terhadap sistem, mekanisme, dan tata cara menjalankan hak dan kewajiban, berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), metode ini memberikan kepercayaan kepada Wajib Pajak untuk memenuhi pelaksanaan kewajiban perpajakannya secara mandiri tentang segala aspek pemenuhan hak dan kewajiban WP. Seiring perkembangan zaman peraturan perpajakan mengalami perubahan dan semakin kompleks, hal ini menyebabkan WP mau tak mau untuk mengetahui peraturan perpajakan tersebut, namun karena latar pendidikan WP yang

berbeda-beda, kompleksnya peraturan perpajakan, dan sukarnya membaca bahasa peraturan menjadikan WP semakin kesulitan dalam memahami peraturan perpajakan. Sebagai salah satu upaya mengatasi masalah tersebut Direktorat Jendral Pajak (DJP) melalui *Account Representative (AR)* yang berada pada masing-masing KPP dan K2KP dengan salah satu fungsi AR yaitu pembinaan kepada WP. Namun disini lain jumlah AR saat ini belum signifikan untuk memberikan pembinaan dan pelayanan secara optimal kepada WP yang memberikan perbandingan rata-rata seorang AR menangani sejumlah 3.948 WP (Wiza dan Andri, 2014). Hal ini tidak menutup kemungkinan terhadap faktor-faktor lain yang menyebabkan kurang optimalan pembinaan AR kepada

WP seperti rendahnya kesadaran dan kepatuhan WP.

Dilain hal WP harus melakukan perencanaan dan manajemen perpajakan agar dapat meminimalisir jumlah pajak yang disetorkan, disamping itu tidak menutup kemungkinan bahwa tidak seluruh SDM perusahaan dapat mengatasi masalah perpajakan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut, ditambah dengan kompleksnya peraturan perpajakan di Indonesia, hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan upaya agar dapat mengatasi masalah perpajakan yang terjadi, salah satunya dengan menggunakan jasa konsultan pajak. Disamping hal tersebut keadaan dimana keterbatasan pengetahuan perpajakan perusahaan yang juga tidak dapat diatasi oleh AR menjadikan peluang WP untuk menggunakan jasa konsultan pajak semakin besar.

Berdasarkan data dari Kemenkeu, dari total 12 juta wajib pajak badan (non-perorangan) hanya 5 juta yang sudah menghasilkan laba usaha. Dari jumlah tersebut, hanya 550 ribu atau 11 persen yang rutin melaporkan surat pemberitahuan tahunan (SPT) pajak penghasilan (Chandra, 2013). Menurut Supriyatin dan Hidayati (2008) faktor yang menyebabkan rendahnya kepatuhan wajib pajak antara lain pengetahuan sebagian besar wajib pajak tentang pajak, serta persepsi wajib pajak tentang pajak dan petugas pajak masih rendah. Menurut Kepala Seksi

Hubungan Eksternal Direktorat Jenderal Pajak Chandra Budi (2013), wajib pajak pribadi ditengarai sebanyak 30 juta orang tidak membayar pajak, dalam persnya beliau menyebutkan bahwa peranan aktif masyarakat dan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya tergolong sangat rendah, berdasarkan masukan dari beberapa

pihak perilaku ketidakpatuhan dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya disebabkan masyarakat atau Wajib Pajak mengalami kesulitan dalam memahami ketentuan umum dan tata cara perpajakan, hal ini disebabkan karena rendahnya pengetahuan Wajib Pajak mengenai ketentuan umum dan tatacara perpajakan yang berlaku di Indonesia serta rendahnya sanksi atau denda yang dikenakan terhadap Wajib Pajak yang tidak patuh.

Penelitian mengenai minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan telah banyak dilakukan sebelumnya dengan variabel yang berbeda – beda. Tetapi penulis tertarik meneliti dengan menggunakan variabel pengetahuan perpajakan, persepsi tentang konsultan pajak, dan persepsi tentang *account representative*. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan perpajakan, persepsi tentang konsultan pajak, dan persepsi tentang *account representative* terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan di KPP Kota Palembang.

Pengetahuan perpajakan merupakan salah satu variabel yang diduga mempengaruhi minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan karena masih terbatasnya pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh manajemen perusahaan. Survey yang dilakukan *Management Consultancies Association* (2010) mengatakan hal yang senada, banyak industri di *United Kingdom* menggunakan jasa konsultan pajak karena persepsi bahwa perusahaan tidak memiliki pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh konsultan pajak dan pengetahuan konsultan pajak tersebut dapat membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih baik.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap terhadap

minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Yuhertiana dan Sofyan (2010) mengungkapkan bahwa alasan klien menyewa jasa konsultan pajak karena klien membutuhkan pendidikan dan pelatihan perpajakan agar koperasinya dapat maju. Hal tersebut dilakukan karena sumber daya manusia yang dimiliki oleh koperasi masih belum mahir untuk membuat laporan perpajakan secara baik dan benar. Penelitian sejalan dilakukan oleh Wiza dan Andri (2014) yang menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Hasil kedua penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Prima (2017) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan jasa konsultan pajak oleh wajib pajak badan. Dari penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi klien mengenai tingkat pengetahuannya mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan. Bila dikaitkan dengan permintaan wajib pajak orang pribadi atas jasa konsultan pajak, maka persepsi wajib pajak atas pengetahuannya dalam bidang perpajakan diduga mempengaruhi permintaan atas jasa konsultan pajak.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan adalah persepsi tentang konsultan pajak. Persepsi tentang konsultan pajak diduga mempengaruhi minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan karena persepsi klien (manajemen perusahaan) tentang konsultan yang memiliki pengetahuan lebih luas dan mendalam dibandingkan mereka (Czerniawska, 2002). Serta adanya persepsi wajib pajak bahwa menggunakan jasa

konsultan pajak jauh lebih praktis ketimbang harus mengurus sendiri urusan perpajakan mereka yang kompleks, karena konsultan pajak mengurus segala macam persoalan yang berhubungan dengan masalah perpajakan dari mulai menghitung, pembuatan SPT pajak hingga penyetoran pajak (Sari, 2010). Syarty (2013) menjelaskan bahwa kepuasan dan kepatuhan WP badan yang menggunakan jasa konsultan pajak terbukti lebih tinggi dibandingkan kepatuhan WP badan yang mengurus sendiri pajaknya.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh persepsi tentang konsultan pajak terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Sutanto dan Elisa (2013) menemukan bahwa adanya korelasi positif kuat antara persepsi tentang konsultan pajak dan preferensi wajib pajak dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Semakin meningkatnya nilai persepsi wajib pajak terhadap konsultan pajak, maka akan meningkatkan preferensi wajib pajak untuk menggunakan jasa konsultan pajak. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiza dan Andri (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi tentang konsultan pajak memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Selain pengetahuan perpajakan dan persepsi tentang konsultan pajak, persepsi tentang *account representative* (AR) juga dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan. *Account representative* adalah aparat pajak yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan pelayanan dan pengawasan secara langsung untuk sejumlah wajib pajak tertentu yang telah ditugaskan kepadanya.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh persepsi tentang *account representative* (AR) terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada wajib pajak badan telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Subadriyah (2013) menyatakan bahwa persepsi masyarakat mengenai pengenalan wajib pajak terhadap AR 57,25% berpandangan positif, pengawasan kepatuhan perpajakan oleh AR terhadap wajib pajak dirasakan oleh masyarakat masih sangat rendah yaitu hanya sebesar 24,67%, dan kualitas AR dalam melakukan bimbingan/himbauan dan konsultasi mengenai teknik perpajakan dirasakan belum optimal, 51% responden berpandangan negatif. Hal ini berarti persepsi wajib pajak tentang *Account Representative* (AR) masih memandang bahwa masih belum optimalnya peran dari AR dalam mengedukasi wajib pajak terutama mengenai teknik perpajakan. Hasil tersebut diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiza dan Andri (2014) yang menunjukkan bahwa persepsi tentang AR memiliki hubungan negatif dan tidak berpengaruh terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan (*expand replicant*) dari penelitian Wiza dan Andri (2014) yang berjudul Analisis Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Persepsi Tentang Konsultan Pajak, dan Persepsi Tentang *Account Representative* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak Di KPP Pratama Bantul. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang digunakan. Dimana pada penelitian ini menggunakan objek penelitian pada wajib pajak badan di KPP Kota Palembang dan periode penelitian, pada penelitian ini menggunakan data wajib pajak badan tahun 2016, karena pada tahun tersebut menggambarkan kondisi terbaru wajib pajak badan di KPP kota Palembang.

Berdasarkan pendapat penelitian terdahulu tersebut peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan di KPP Kota Palembang, faktor-faktor tersebut antara lain adalah pengetahuan perpajakan, persepsi tentang konsultan pajak, dan persepsi tentang *Account Representative* (AR).

### Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan di KPP Kota Palembang?
2. Bagaimana pengaruh persepsi tentang konsultan pajak terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan di KPP KotaPalembang?
3. Bagaimana pengaruh persepsi tentang *Account Representative* terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan di KPP Kota Palembang?

### Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan tentang perpajakan, tingkat persepsi tentang konsultan pajak dan pengaruh *Account Representative* (AR) terhadap terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan di KPP Kota Palembang.

## LANDASAN TEORETIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Atribusi

Teori atribusi dari Harold Kelley adalah teori atribusi yang paling terkenal diantara teori atribusi lainnya. Atribusi merupakan proses menyimpulkan motif, maksud, dan karakteristik orang lain dengan melihat pada perilakunya yang tampak (Wiza dan Andri,



2014). Atribusi merupakan salah satu proses pembentukan kesan. Dimana proses pembentukan kesan ini dapat dilihat berdasarkan *Stereotip*, *Implicitpersonality Theory*, dan Atribusi. Secara garis besar ada dua macam atribusi, yaitu atribusi kausalitas dan atribusi kejujuran. Kelley mengemukakan bahwa apabila kita mengamati perilaku sosial, maka yang pertama kali harus kita lakukan adalah menentukan terlebih dahulu apa yang menyebabkannya, yakni faktor situasional atau personal. Dalam teori atribusi lazim disebut kausalitas eksternal dan internal.

Kelley (1967) mendeskripsikan 4 kriteria yang kita gunakan untuk memutuskan apakah perilaku tersebut dapat diberikan atribut kepada seseorang bukan berasal dari penyebab eksternal (situasional):

1. *Distinctiveness* (distinksi) – perilaku dapat dibedakan dari perilaku orang lain saat menghadapi situasi yang sama.  
Contoh : Upin menyukai ayam goreng yang ia makan, tetapi kurang menyukai masakan lain yang ada di depannya. Maka Upin memiliki distinksi.
2. *Consensus* (konsensus) – perilaku seseorang dibandingkan dengan orang lain, terhadap stimulus yang sama.  
Contoh : tidak hanya Upin yang menyukai ayam goreng, tetapi orang-orang lain juga banyak yang menyukai ayam goreng. Maka Upin memiliki konsensus.
3. *Consistency over time* (konsistensi dalam waktu)– apakah perilaku diulang di waktu yang berbeda.  
Contoh : Upin akan tetap menyukai ayam goreng jika ia memakannya di lain waktu. Maka Upin memiliki konsistensi dalam waktu.
4. *Consistency over modality* (konsistensi dalam perilaku) – apakah perilaku diulang pada situasi yang berbeda.

Contoh : Upin akan tetap menyukai ayam goreng tidak hanya saat di rumah saja, namun juga di rumah makan yang ia datangi. Maka Upin memiliki konsistensi dalam perilaku.

Jika keempat hal tersebut terpenuhi, maka akan terjadi atribusi eksternal. Tapi jika tidak, maka kesenangan memakan ayam goreng tersebut akan dinyatakan sebagai akibat dari keadaan diri Upin sendiri (atribusi internal).

### Pengetahuan Perpajakan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (2008) pemahaman merupakan segala sesuatu yang diketahui dan/atau kepandaian. Sedangkan Notoatmodjo (2010) berpandangan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Menurut Nugroho (2012) pengetahuan perpajakan adalah proses dimana WP mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Menurut Rohmawati, dkk, pengetahuan perpajakan meliputi pengetahuan mengenai perubahan peraturan, konsep ketentuan umum dibidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terhutang, pencatatan pajak terutang, dan pembayaran dan pengisian SPT pajak secara tepat waktu.

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya (Meliono dkk: 2007):

#### a. Pendidikan

Pendidikan adalah sebuah proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas

dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

b. Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jadi, contoh dari media massa ini adalah televisi, radio, koran dan majalah.

c. Keterpaparan Informasi

Pengertian informasi menurut Oxford English Dictionary, adalah “*that of which one is apprised or told: intelligence, news*”. Kamus lain menyatakan bahwa informasi adalah sesuatu yang dapat diketahui.

Namun adapula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Selain itu istilah informasi juga memiliki arti yang lain sebagaimana yang diartikan oleh RUU teknologi informasi yang mengartikannya sebagai suatu teknik yang mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisa, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu.

Adanya perbedaan definisi informasi dikarenakan pada hakekatnya informasi tidak dapat diuraikan, sementara informasi itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan observasi terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi. Informasi sendiri mencakup data teks, *image*, suara, kode, program komputer, *database*.

### Persepsi

Menurut Stenberg (2008:105) persepsi merupakan seperangkat proses yang dengannya kita mengenali dan mengorganisasikan dan memahami cerapan-cerapan indrawi yang kita terima dari stimulan lingkungan. Menurut Walgito (2003:54) persepsi merupakan proses pengorganisasian, penginterpretasikan terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas

yang terintegrasi dalam diri individu. Dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengolahan informasi dari lingkungan yang berupa stimulus, yang diterima melalui alat indra kemudian diorganisasikan sehingga dapat dikenali atau diinterpretasi sehingga dapat menjadi sesuatu yang berarti pada diri individu. Menurut Ancok (1994:27) ada tiga faktor yang memengaruhi WP, yaitu pemberian informasi tentang pajak, penyerderhanaan sistem perpajakan dan perlakuan adil kepada pembayar pajak.

### Persepsi Tentang Konsultan Pajak

Menurut KMK Nomor 485/KMK.03/ 2003 tahun 2003, konsultan pajak merupakan setiap orang yang dalam lingkungan pekerjaannya secara bebas memberikan jasa profesional kepada WP dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajibannya dalam perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Efek halo merupakan bagian dari distorsi persepsi dan berarti menilai seseorang atas dasar persepsi kelompok orang lain. Efek halo merupakan persepsi yang timbul dari penarikan kesan umum. Jika kita terapkan pada persepsi tentang Konsultan Pajak, maka efek halo yang timbul dari profesi Konsultan Pajak adalah “orang yang memberikan nasehat perpajakan” dapat dilihat dari anggapan masyarakat yang sebagian besar menganggap Konsultan Pajak merupakan pekerjaan yang sangat membutuhkan kemampuan pemahaman peraturan perpajakan, karena berurusan dengan pembayaran pajak yang menjadi beban Wajib Pajak. Selain itu, apabila terjadi kesalahan yang disebabkan oleh Konsultan Pajak, hal tersebut dapat mengakibatkan permasalahan yang sangat besar dan mempengaruhi banyak pihak.

Arini dan Astuti (2011: 15) menunjukkan bahwa keperilakuan merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau

lingkungan. Tanggapan atau reaksi individu dapat bersifat mendukung atau menentang rangsangan tersebut. Apabila berperilaku digabung dengan Wajib Pajak, maka berperilaku Wajib Pajak dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi Wajib Pajak terhadap apa yang dialaminya.

Lebih spesifik lagi, berperilaku Wajib Pajak berkaitan dengan apa yang dialami Wajib Pajak di bidang perpajakan, baik pada saat melapor, membayar, dan sebagainya. Perilaku dapat bersifat mendukung dan menentang. Wajib Pajak menganggap profesi Konsultan Pajak hanya sebagai negosiator kepada Direktorat Jenderal Pajak, walaupun tidak dipungkiri beberapa orang dalam profesi tersebut telah melakukan hal itu akhirnya memandang semua Konsultan Pajak memiliki perilaku yang sama, hal ini juga dapat didukung ketika pengalaman dari Wajib Pajak sendiri yang merasa tidak puas dengan kinerja Konsultan Pajak yang akhirnya akan berpendapat bahwa Konsultan Pajak hanya sebagai profesi negosiasi dan untuk mengecilkan jumlah pembayaran pajak Wajib Pajak.

### **Persepsi Tentang *Account Representative (AR)***

Keputusan Direktorat Jenderal Pajak Nomor KEP-178/PJ/2004 tanggal 22 Desember 2004, dimana disebutkan bahwa dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan dan pengawasan, fokus kegiatan dan langkah/ implementasi pada tahun 2002 adalah dengan mewujudkan konsep kenalilah wajib pajakmu (*Knowing Your Taxpayers*). Konsep tersebut telah menjadi acuan penunjukkan *Account Representative*, yaitu aparat pajak yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan pelayanan dan pengawasan secara langsung untuk sejumlah wajib pajak tertentu yang telah ditugaskan kepadanya Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor

79/PMK.01/2015 tentang *Account Representative* pada Kantor Pelayanan Pajak bahwa *Account Representative (AR)* merupakan salah satu ujung tombak penggalan potensi penerimaan negara dibidang perpajakan yang mengembangkan tugas intensifikasi perpajakan melalui pemberian bimbingan/ himbauan, konsultasi, analisis, dan pengawasan terhadap wajib pajak. *Account Representative (AR)* berperan sebagai penghubung antara wajib pajak dengan Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Persepsi tentang *Account Representative (AR)*, dimana wajib pajak menganggap *Account Representative (AR)* berperan penting dalam menjabarkan dan menjelaskan suatu regulasi pajak kepada wajib pajak agar tidak terjadi *miss information* atau *miss communication*. Para *Account Representative* diharapkan mempunyai satu kesamaan dan persepsi dalam memberikan penjelasan, sehingga tidak terjadi beda penafsiran di mata wajib pajak (Suzandri, 2006).

*Account representative* terdiri dari:

- a. *Account representative* yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi Wajib Pajak, dan
- b. *Account representative* yang menjalankan fungsi pengawasan dan potensi Wajib Pajak.

*Account representative* yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi Wajib Pajak mempunyai tugas:

- a. Melakukan proses penyelesaian permohonan Wajib Pajak;
- b. Melakukan proses penyelesaian usulan pembetulan ketetapan pajak;
- c. Melakukan bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak;
- d. Melakukan proses penyelesaian usulan pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan.

*Account representative* yang menjalankan fungsi pengawasan dan potensi Wajib Pajak mempunyai tugas: a. Melakukan pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak;

- a. Menyusun profil Wajib Pajak;
- b. Analisis kinerja Wajib Pajak; dan
- c. Rekonsiliasi data Wajib Pajak dalam rangka intensifikasi dan himbauan kepada Wajib Pajak.

### **WP Badan Efektif**

Wajib Pajak Badan merupakan WP yang terdiri dari sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun tidak melakukan usaha perseroan terbatas, perseroan komanditer, dan perseroan lainnya. BUMN dan BUMD dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, dan organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap. (Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007). WP Badan jika mengacu pada Surat Edaran Dirjen Pajak SE-89/PJ/2009 adalah (1) WP badan yang melakukan pembayaran pajak dan penyampaian SPT Masa dan/atau SPT Tahunan pajak; (2) WP badan yang masih diketahui/ditemukan alamatnya; WP badan yang secara nyata menunjukkan kegiatan usahanya; (4) WP badan yang merupakan bendaharawan pemerintah yang masih melakukan pembayaran; (5) WP badan yang belum bubar.

### **Hipotesis**

Berdasarkan uraian di latar belakang, adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan.

H2: persepsi tentang konsultan pajak berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan.

H3: persepsi tentang *account representative (AR)* berpengaruh terhadap minat menggunakan jasa konsultan pajak pada WP badan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Kota Palembang yang meliputi wilayah Ilir Barat, Ilir Timur dan Seberang Ulu. Subjek dalam penelitian ini adalah WP Badan yang terdaftar di KPP Kota Palembang Ilir Barat, Ilir Timur, dan Seberang Ulu.

### **Rancangan Penelitian**

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian penjelasan (*eksplanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Kurniawan (2014) menyatakan bahwa analisis kuantitatif adalah pengujian analisis data berkaitan dengan angka, uji statistik, dan uji statistik tersebut disesuaikan dengan rumusan atau identifikasi yang diteliti.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu mengumpulkan data dari bahan atau sumber-sumber bacaan atau kepustakaan. Data sekunder diperoleh peneliti tidak secara langsung yaitu melalui media perantara dengan menggunakan cara membaca dan mengutip baik secara langsung maupun tidak langsung dari literatur-literatur yang berhubungan dengan variabel penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**



1. Kuesioner

Pengumpulan data ini dilakukan dengan metode survei, yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan berupa kuesioner yang akan diisi oleh WP badan di seluruh lingkungan KPP Kota Palembang meliputi wilayah Ilir Barat, Ilir Timur, dan Seberang Ulu. Penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian pada masing-masing pernyataan berdasarkan skala *likert* dengan 4 alternatif pilihan jawaban. Skala *likert* merupakan skala digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial. Variabel-variabel yang diukur dengan skala ini akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai dasar dalam penyusunan butir-butir instrumen yang berupa pernyataan. (Sugiyono, 2013:93).

2. Studi Pustaka

Diperoleh dari beberapa literatur dan buku – buku yang berhubungan dengan penelitian ini, termasuk diantaranya jurnal-jurnal yang meneliti variable serupa, yang kemudian dijadikan kajian teoritis dalam penelitian ini.

**Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010:173). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh WP badan yang terdaftar di KPP Kota Palembang yang berjumlah 33.995 dengan rincian 12.627 WP badan yang terdaftar pada KPP Ilir Barat, 18.275 WP badan yang terdaftar pada KPP Ilir Timur, dan 3.093 WP badan yang terdaftar pada KPP Seberang Ulu. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010:174). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah WP badan yang berada pada lingkungan KPP

Kota Palembang yang meliputi wilayah Ilir Barat, Ilir Timur dan Seberang Ulu, yang diambil dengan menggunakan rumus penarikan sampel Slovin sebagai berikut (Sevilla et. al., 1960:182):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

$n$  : Ukuran sampel

$N$  : Ukuran populasi

$e$  : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10%.

Setelah dilakukan perhitungan dengan rumus slovin dengan tingkat kelonggaran ( $e$ ) 10%, dihasilkan sampel sebesar 100 WP badan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling*. Teknik *convenience sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu unit atau subjek tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan.

**Analisis dan Pembahasan Uji Multikolinieritas**

Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil pengujian multikolinieritas sebagai berikut:

**Tabel 1**

### Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pengetahuan Perpajakan	,195	5,128
Persepsi tentang Konsultan Pajak	,111	9,042
Persepsi tentang Account Representative	,289	3,459

a. Dependent Variable: minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas yang meliputi pengetahuan perpajakan,

persepsi tentang konsultan pajak dan persepsi tentang *account representative* masing-masing sebesar 5,128; 9,042; dan 3,459 yang kesemuanya lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model regresi.

### Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan prosedur yang kuat dan fleksibel dalam menganalisis hubungan asosiatif antara variabel independen ( X1, X2, X3 ) dan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, variabel independen yaitu pengetahuan perpajakan (X1), persepsi tentang konsultan pajak (X2), dan persepsi tentang *Account Representative* (X3), sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil pada tabel 2.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Err	Beta		
(Constant)	-,442	,183		-2,411	,018
Pengetahuan Perpajakan	,757	,148	,594	5,129	,000
Persepsi tentang Konsultan Pajak	,816	,101	,721	8,054	,000
persepsi tentang <i>Account Representative</i>	-,457	,194	-,340	-2,357	,020

a. Dependent Variable: minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak

Berdasarkan tabel 2 didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,442 + 0,757X_1 + 0,816 X_2 - 0,457X_3$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar -0,442 berarti bahwa tanpa adanya pengetahuan perpajakan (X1), persepsi tentang konsultan pajak (X2), dan persepsi tentang *Account Representative* (X3), maka wajib pajak tidak akan berminat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

2. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan perpajakan (X1) sebesar 0,757 berarti bahwa jika nilai variabel pengetahuan perpajakan meningkat sebesar 1 skor maka minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak akan meningkat sebesar 0,757 skor dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel persepsi tentang konsultan pajak (X2) sebesar 0,816 berarti bahwa jika nilai variabel persepsi tentang konsultan pajak meningkat sebesar 1 skor maka nilai minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak akan meningkat sebesar 0,816 skor dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel persepsi tentang *Account Representative* (X3) sebesar -0,457 berarti bahwa jika nilai variabel persepsi tentang *Account Representative* menurun sebesar 1 skor maka nilai minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak akan meningkat sebesar 0,457 skor dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

## HIPOTESIS

### **Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak**

Pengetahuan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel pengetahuan perpajakan sebesar 0,000 lebih kecil dari standar nilai signifikansi 0,05. Berdasarkan statistik deskriptif jawaban responden yaitu sebesar 16% responden menyatakan cukup setuju, 53% responden menyatakan setuju dan 31% responden menyatakan sangat setuju. Hal ini mencerminkan, responden berpendapat bahwa pengetahuan responden mengenai

perpajakan sangat diperlukan dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wiza dan Andri (2014) serta Prima (2017) dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan perpajakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Menurut Nugroho (2012) pengetahuan perpajakan adalah proses dimana WP mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Menurut Rohmawati, dkk, pengetahuan perpajakan meliputi pengetahuan mengenai perubahan peraturan, konsep ketentuan umum dibidang perpajakan, jenis pajak yang berlaku di Indonesia mulai dari subjek pajak, objek pajak, tarif pajak, perhitungan pajak terhutang, pencatatan pajak terhutang, dan pembayaran dan pengisian SPT pajak secara tepat waktu.

### **Pengaruh Persepsi Tentang Konsultan Pajak Terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak**

Variabel persepsi tentang konsultan pajak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Hal ini terlihat bahwa signifikansi variabel persepsi tentang konsultan pajak sebesar 0,000 lebih kecil dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan statistik deskriptif jawaban responden diperoleh nilai persentase sebesar 19% dengan kategori cukup setuju, 48% responden menjawab setuju dan 33% responden menjawab sangat setuju. Hal ini mencerminkan, responden berpendapat bahwa sanksi perpajakan sangat diperlukan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiza dan Andri (2014) dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi tentang

konsultan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Konsultan pajak merupakan setiap orang yang dalam lingkungan pekerjaannya secara bebas memberikan jasa profesional kepada WP dalam melaksanakan hak dan memenuhi kewajibannya dalam perpajakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Masyarakat yang sebagian besar menganggap Konsultan Pajak merupakan pekerjaan yang sangat membutuhkan kemampuan pemahaman peraturan perpajakan, karena berurusan dengan pembayaran pajak yang menjadi beban Wajib Pajak. Wajib Pajak menganggap profesi Konsultan Pajak hanya sebagai negosiator kepada Direktorat Jenderal Pajak, walaupun tidak dipungkiri beberapa orang dalam profesi tersebut telah melakukan hal itu akhirnya memandang semua Konsultan Pajak memiliki perilaku yang sama, hal ini juga dapat didukung ketika pengalaman dari Wajib Pajak sendiri yang merasa tidak puas dengan kinerja Konsultan Pajak yang akhirnya akan berpendapat bahwa Konsultan Pajak hanya sebagai profesi negosiasi dan untuk mengecilkan jumlah pembayaran pajak Wajib Pajak.

### **Pengaruh Persepsi Tentang *Account Representative* Terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak**

Variabel persepsi tentang *Account Representative* berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel persepsi tentang *Account Representative* sebesar 0,020 lebih kecil dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan deskriptif persentase jawaban responden diperoleh sebesar 12% responden menjawab cukup setuju, 53% responden menjawab setuju dan 35% responden menjawab sangat setuju. Hal ini

mencerminkan, responden berpendapat bahwa pentingnya kemudahan dalam pengisian SPT.

*Account Representative (AR)* merupakan salah satu ujung tombak penggalian potensi penerimaan negara di bidang perpajakan yang mengembang tugas intensifikasi perpajakan melalui pemberian bimbingan/himbauan, konsultasi, analisis, dan pengawasan terhadap wajib pajak. *Account Representative (AR)* berperan sebagai penghubung antara wajib pajak dengan Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

*Account representative* terdiri dari :

a. *Account representative* yang menjalankan fungsi pelayanan dan konsultasi Wajib Pajak mempunyai tugas:

- 1) Melakukan proses penyelesaian permohonan Wajib Pajak
- 2) Melakukan proses penyelesaian usulan pembetulan ketetapan pajak
- 3) Melakukan bimbingan dan konsultasi teknis perpajakan kepada Wajib Pajak; dan
- 4) Melakukan proses penyelesaian usulan pengurangan Pajak Bumi dan Bangunan.

b. *Account representative* yang menjalankan fungsi pengawasan dan potensi Wajib Pajak mempunyai tugas:

- 1) Melakukan pengawasan kepatuhan kewajiban perpajakan Wajib Pajak;
- 2) Menyusun profil Wajib Pajak;
- 3) Analisis kinerja Wajib Pajak; dan
- 4) Rekonsiliasi data Wajib Pajak dalam rangka intensifikasi dan himbauan kepada Wajib Pajak.



Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiza dan Andri (2014) dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi tentang *Account Representative* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

### **Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajak**

Pengetahuan perpajakan, persepsi tentang konsultan pajak, dan persepsi tentang *Account Representative* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar nilai signifikansi sebesar 0,05.

Nilai korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 0.957 artinya terdapat hubungan yang sangat erat antara variabel pengetahuan perpajakan ( $X_1$ ), persepsi tentang konsultan pajak ( $X_2$ ), dan persepsi tentang *Account Representative* ( $X_3$ ) dengan variabel minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak ( $Y$ ). Kemudian diperoleh nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.912 artinya variabel pengetahuan perpajakan ( $X_1$ ), persepsi tentang konsultan pajak ( $X_2$ ), dan persepsi tentang *Account Representative* ( $X_3$ ) mempengaruhi variabel minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak sebesar 91,2%. Hal ini berarti sekitar 91,2% minat dalam menggunakan jasa

konsultan pajak dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan perpajakan ( $X_1$ ), persepsi tentang konsultan pajak ( $X_2$ ), dan persepsi tentang *Account Representative* ( $X_3$ ), sedangkan sisanya sebesar 8,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti sistem perpajakan, sanksi perpajakan dan lain sebagainya.

Berdasarkan deskriptif persentase jawaban responden diperoleh nilai sebesar 14% responden menjawab cukup setuju, 52% responden menjawab setuju dan 34% responden menjawab sangat setuju. Hal ini mencerminkan, responden berpendapat bahwa pentingnya kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajaknya.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi uji asumsi klasik sebagai syarat sebelum masuk ke dalam tahap analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel independen pengetahuan perpajakan, persepsi tentang konsultan pajak, dan persepsi tentang *Account Representative* memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Secara individual, variabel pengetahuan perpajakan memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak, variabel persepsi tentang konsultan pajak memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak, begitu juga dengan variabel persepsi tentang *Account Representative* memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan tersebut nampak bahwa pengetahuan perpajakan memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap

minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan perpajakan WP badan maka semakin tinggi pula minat dalam menggunakan jasa konsultan pajak.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi tentang konsultan pajak berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Hal tersebut berarti semakin baik/positif persepsi WP badan terhadap konsultan pajak maka semakin tinggi minat untuk menggunakan jasa konsultan pajak. Hasil sama ditunjukkan pada persepsi tentang *Account Representative* yang memiliki hubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap minat WP badan dalam menggunakan jasa konsultan pajak. Artinya baik atau tidaknya persepsi WP badan terhadap *Account Representative* mempengaruhi tinggi atau rendahnya minat untuk menggunakan jasa konsultan pajak.

## SARAN

1. Sebaiknya pihak Kantor Pelayanan Pajak dalam meningkatkan pengetahuan perpajakan secara berkala melakukan sosialisasi perpajakan dengan melakukan kerjasama baik dengan pihak perguruan tinggi ataupun instansi pemerintah dan swasta lainnya.
2. Dalam usahanya untuk meningkatkan penerimaan perpajakan Kantor Pelayanan Pajak diharapkan dapat menerapkan sanksi tegas dan berat bagi wajib pajak yang tidak melunasi kewajiban pajaknya.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variable-variabel independen agar model regresi dapat dijelaskan dengan lengkap. Seperti

pendapatan WP, regulasi pemerintah, atau kepatuhan WP.

4. Menambahkan jumlah sampel agar data penelitian selanjutnya lebih representatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djamaludin. 1994. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegairahan Membayar Pajak. *Prospektif VI (1)*.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi 2010)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arini, A. 2011. Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Persepsian, Persepsi Resiko, dan Pengalaman Terhadap Niat untuk Bertransaksi Secara Online. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya.
- Chandra Budi. 2013. Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Masih Rendah. Diakses pada 21 September 2017. dari: <http://www.pikiranrakyat.com/ekonomi/2013/07/16/242947/tingkat-kepatuhan-wajib-pajak-masih-rendah>.
- Czerniawska, F. (2002). Consulting on the Brink: The Implication of Enron for the Consulting Industry. *Journal of International Management Studies*, vol. 6, no. 1, pp: 22-30.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset Untuk Ekonomi&Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Management Consultancies Association. (2010). *The Value of Consulting: An Analysis of The Tangible Benefits of Using Management Consultancy*. London: Management Consultancies Association.

- Meliono, dkk. 2007. *MPKT Modul 1*. Jakarta: Lembaga Penerbitan FE UI.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nugroho, Rahman Adi. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak dengan Kesadaran Membayar Pajak Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas yang Terdaftar Di KPP Pratama Semarang. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 1, No. 2.
- Prima. 2017. Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Pelayanan Aparat Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Kualitas Layanan Konsultan Pajak Terhadap Minat Penggunaan Jasa Konsultan Pajak (Studi Kasus Pada Wajib Pajak Badan Hotel di Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, Vol. 4, No. 7.
- Republik Indonesia, Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-178/PJ/2004 tentang Cetak Biru (Blue Print) Kebijakan Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2001 sampai dengan Tahun 2010.
- Republik Indonesia, Keputusan Menteri Keuangan Nomor 485/KMK.03/2003 Tentang Konsultan Pajak Indonesia.
- Republik Indonesia, Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor.79/PMK.01/2015 tentang *Account Representative* pada Kantor Pelayanan Pajak.
- Republik Indonesia, Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-89/PJ/2009.
- Republik Indonesia, Undang-undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Sari, Anna Purwita. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan WP terhadap Penggunaan Jasa Tenaga Ahli Perpajakan. *JAB UNIKA Soegijapranata*, Vol. 10, No. 15.
- Sevilla, Consuelo G. et. al (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company. Quezon City.
- Stenberg, J Robert. 2008. *Psikologi Kognitif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Subadriyah. 2013. Persepsi Masyarakat Tentang Kualitas Peran *Account Representative* di Wilayah Kerja Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jepara. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10, No. 1.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Supriyatin dan Hidayati, Nur. 2008. Pengaruh Pengetahuan Pajak dan Persepsi Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi dan Teknologi Informasi*, Vol. 7, No. 1, pp: 41-50.
- Sutanto dan Elisa. 2013. Persepsi Wajib Pajak Terhadap Konsultan Pajak Dan Preferensi Wajib Pajak Dalam Memilih Konsultan Pajak : Honest Consultant, Creative Consultant, and Cautious Consultant. *Tax & Accounting Review*, Vol. 3, No.2.
- Syarty, Syafrina. 2013. Perbedaan Kepatuhan Antara Wajib Pajak Badan yang Menggunakan Jasa Konsultan Pajak dan yang Mengurus

- Sendiri DiKota Padang. *E- journal UNP, Vol .2, No. 1.*
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business Edisi I and 2.* Jakarta:Salemba Empat.
- Yuhertiana, I., & Sofyan, D. A. (2010). *Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan di Kabupaten Banyuwangi Atas Jasa Konsultan Pajak. E-journal UPN Veteran.*
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar).* Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Wiza, Fadheil dan Andri Waskita Aji. 2014. *Analisis Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Persepsi Tentang Konsultan Pajak, dan Persepsi Tentang Account Representative Terhadap Minat Dalam Menggunakan Jasa Konsultan Pajakdi KPP Pratama Bantul. Jurnal Akuntansi, Vol. 2, No. 2.*